

# REGISTRO PÚBLICO DE MEDIOS



Consejo de  
Comunicación



## REPORTE ESTADÍSTICO DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

FR04-PRO.PM-CM.001

FECHA DE CORTE: Diciembre de 2022



# INDICE Y CONTENIDO

<b>1.</b>	<b>Antecedentes.....</b>	<b>3</b>
1.1.	Metodología.....	4
1.2.	Diagnóstico de la Información del Registro Público de Medios.....	5
<b>2.</b>	<b>Resultados (mayo 2022 – diciembre 2022).....</b>	<b>6</b>
2.1.	Información General.....	6
	Tabla 1.- Medios de Comunicación Social RPM 2015 – 2022.....	7
	Gráfico 1.- Medios de Comunicación Social RPM 2015 – 2022.....	8
2.2.	Clasificación de los medios y su herramienta de difusión.....	9
	Gráfico 2.- Clasificación de los medios: radio, TV, impresos, AVS, internet.....	9
2.3.	Distribución de medios de comunicación por provincia.....	10
	Gráfico 3.- Número de medios de comunicación por provincia.....	10
	Gráfico 4.- Medios de Comunicación Social por regiones.....	11
2.4.	Tipo de medios.....	12
	Gráfico 5.- Tipo de medios de comunicación en Ecuador.....	14
<b>3.</b>	<b>Conclusiones.....</b>	<b>15</b>



### 1. Antecedentes

En Ecuador, desde la promulgación de la Ley Orgánica de Comunicación, se dispone la creación del Registro Público de Medios en el cual se catastrarán todos los medios (radio, televisión, prensa, audio y video por suscripción y medios en internet, que se registraron previo al 24 de mayo del 2021). Registro que se constituye en la primera fuente de información de la existencia de los medios de comunicación, su información general y su estado societario.

Convirtiéndose en una herramienta de trabajo para el seguimiento, la toma de decisiones y la creación de indicadores para mostrar a la ciudadanía la situación actual de los medios de comunicación distribuidos en el territorio ecuatoriano.

El Consejo de Comunicación, en cumplimiento de los artículos 88, 89, administra el sistema en línea del Registro Público de Medio que se encuentra en: <https://rpm.consejodecomunicacion.gob.ec/rpm-web/#no-back-button>

La Ley Orgánica de Comunicación establece:

“(...) Art 88.- Registro público. - Los medios de comunicación social se registrarán obligatoriamente en un catastro a cargo del Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación dicho catastro deberá contener datos generales que se determinarán en el reglamento.

Este registro no constituye una autorización para el funcionamiento del medio de comunicación.

Los medios de comunicación que no cumplan con la obligación de registro no podrán pautar publicidad de ninguna entidad del Estado. (...)”.



“(...) Art. 89.- Actualización. - Los medios de comunicación deberán notificar al Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación todo cambio en la información registrada. (...)”.

El 21 de mayo de 2022, con el objetivo de mejorar el servicio del Registro Público de Medios, lanzó un nuevo sistema que se caracteriza por su agilidad y accesibilidad, con este antecedente, los medios de comunicación realizaron el registro/actualización de su información.

La información procesada en este boletín estadístico está dirigida, sobre todo, a los usuarios/as, en aras de servir de fuente de datos para la constitución y fortalecimiento de medios de comunicación, y en la articulación del Sistema de Comunicación Social.

## 1.1. Metodología

La recolección de información de los medios de comunicación en el nuevo sistema se realizó a partir el 21 de mayo de 2022, en cumplimiento a la Ley Orgánica de Comunicación, LOC y reglamentada por el Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, Consejo de Comunicación.

Para socializar el proceso del registro/actualización en el nuevo sistema, se realizó una campaña comunicacional dirigida a los medios de comunicación, así como llamadas.

La metodología empleada para el procesamiento de los datos del Registro se basó en: I) Cualitativa para lo cual se revisó la información ingresada por cada medio de comunicación en particular de los contenidos información general.



Atención a los medios que se acercaron y llamaron al Consejo de Comunicación a buscar información y retroalimentar este proceso y,

II) Cuantitativa se analizó los resultados que ingresaron los medios de comunicación y que derivaron en una base de datos.

El 31 de diciembre de 2022 se emitió los primeros resultados del nuevo sistema del Registro Público de Medios. Hasta el 31 de marzo se realizó la depuración de la base de datos, determinando que se registraron 893 medios de comunicación, siendo este el universo que se maneja en el presente informe. Hay que mencionar que se han registrado 17 medios, después de la fecha establecida.

La información recogida en el registro es:

- Información general (datos generales del medio, tipo de medio, información domiciliaria);
- Información societaria (datos de los administradores, socios o accionistas);
- Clasificación del medio (impresos, radio, televisión, audio y video por suscripción, portales web; su cobertura).

### **1.2. Diagnóstico de la Información del Registro Público de Medios**

Este informe presenta los datos estadísticos de la realidad de los medios de comunicación, con corte al 31 de diciembre de 2022 y que fue consignada por cada uno de los propietarios y administradores de la radio, televisión, prensa, servicios de audio y video por suscripción y medios digitales.



El catastro arroja el número de medios públicos, privados, comunitarios y el total de medios por provincia. Se conoce quiénes son los concesionarios de los medios de comunicación; su cobertura, información general; entre otros.

Datos que permitirán al Consejo de Comunicación y a varios sectores de la sociedad desarrollar y aplicar política pública.

En el art. 5 Medios de comunicación social. - “(...) Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a los concesionarios de frecuencias de radio y televisión, que ejercen la difusión masiva de contenidos comunicacionales, a través de medios impresos, radio, televisión y audio o vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet. Para el efecto, no se considerarán medios de comunicación al espectro radioeléctrico, ya que las mismas son concesionadas por el Estado.

## 2. Resultados (mayo 2022 – diciembre 2022)

### 2.1. Información General

Con fecha 22 de mayo de 2022, el Consejo de Comunicación lanzó el nuevo sistema del Registro Público de Medios, esto implicó que los medios de comunicación social previamente catastrados actualicen su información en dicho sistema.



Desde el año 2015 al 2021, un total de 1460 medios de comunicación se registraron por primera vez y han cumplieron con lo estipulado en el Art. 88 de la Ley Orgánica de Comunicación y ahora forman parte de la información histórica del Consejo de Comunicación. Sin embargo, para el proceso RPM 2022, y la actualización de información en el nuevo sistema, 893 medios cumplieron con la actualización.

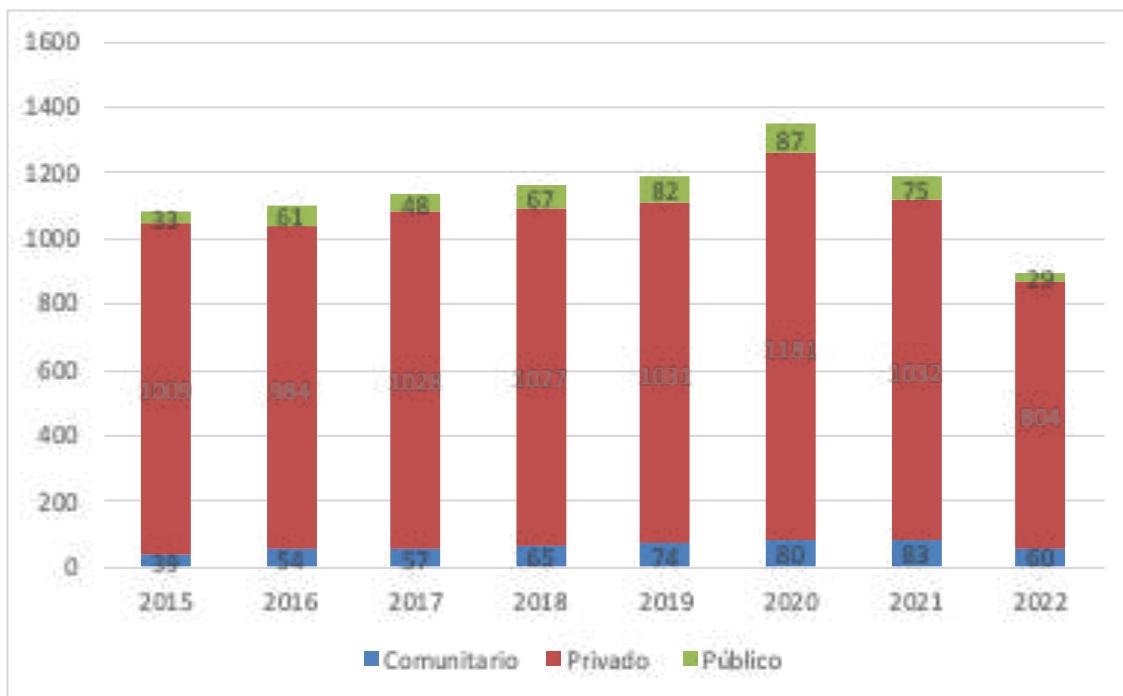
**Tabla 1.- Medios de Comunicación Social RPM 2015 – 2022**

Años	Comunitario	Privado	Público	Total
2015	39	1009	33	1081
2016	54	984	61	1099
2017	57	1028	48	1133
2018	65	1027	67	1159
2019	74	1031	82	1187
2020	80	1181	87	1348
2021	83	1032	75	1190
2022	60	804	29	893

**Fuente:** Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación- RPM



**Gráfico 1.- Medios de Comunicación Social RPM 2015 – 2022**

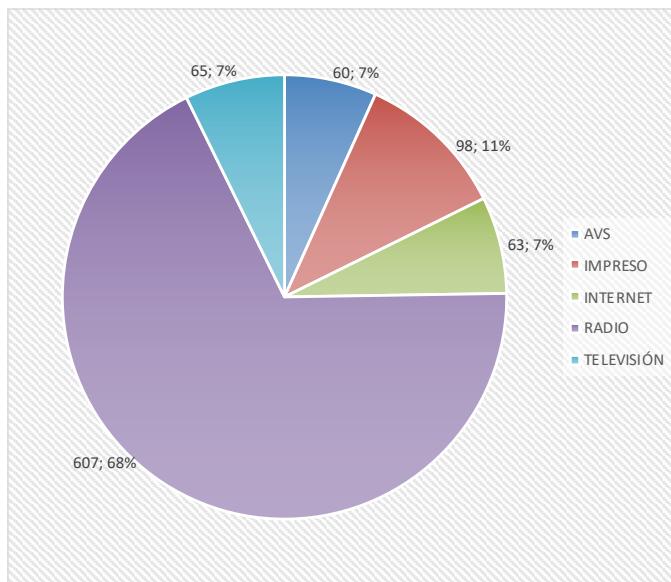


**Fuente:** Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación- RPM



## 2.2. Clasificación de los medios y su herramienta de difusión

**Gráfico 2.- Clasificación de los medios: radio, TV, impresos, AVS, internet**



**Fuente:** Sistema Registro Público de Medios

**Base:** 893 medios de comunicación

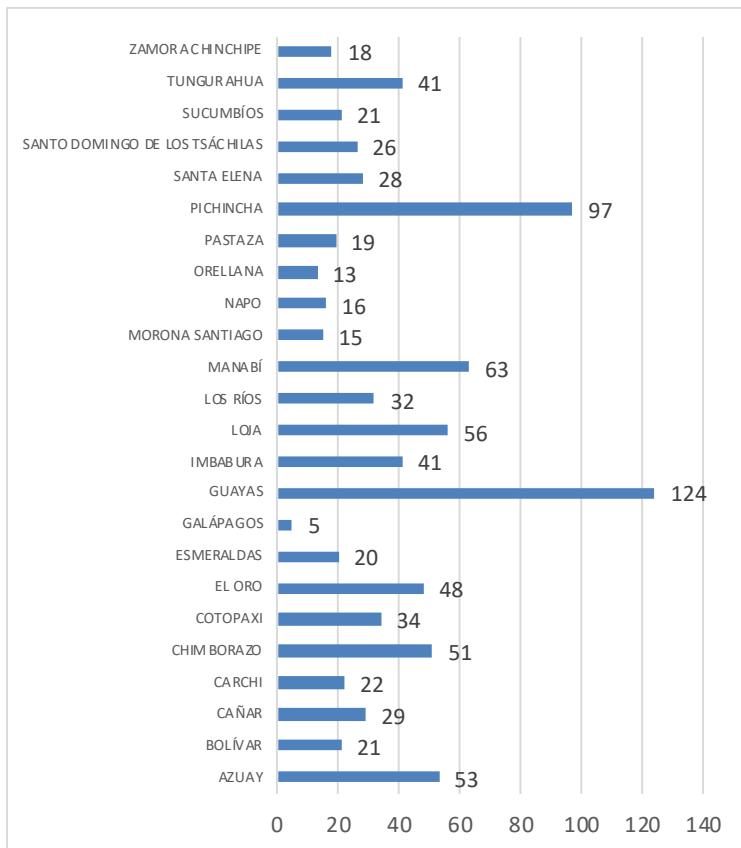
**Fecha de corte:** 31.12.2022

De los 893 medios registrados en el sistema del Registro Público de Medios, 607 son radios que representa el 68% del total, constituyéndose en la mayor propuesta comunicacional en el país; 98 son impresos, que corresponde al 11%; le sigue la clasificación de medios de televisión con 65 registros; por su parte, audio y video por suscripción n cuenta con 60 medios, representa el 7%; finalmente, existen 63 medios en internet, representando el 7% del universo.



### 2.3. Distribución de medios de comunicación por provincia

**Gráfico 3.- Número de medios de comunicación por provincia**



**Fuente:** Sistema Registro Público de Medios

**Base:** 893 medios de comunicación

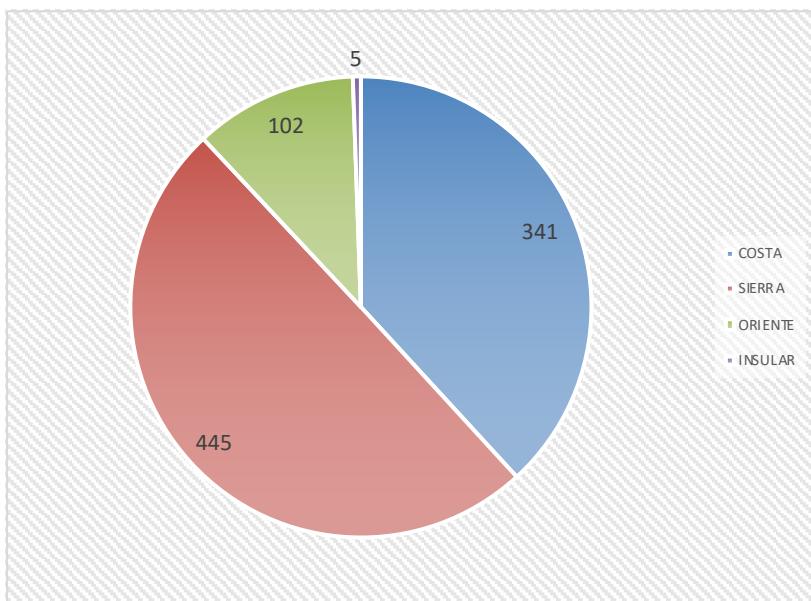
**Fecha de corte:** 31.12.2022



Otro elemento a considerar, es la información según el domicilio de los medios de comunicación.

Así, dos provincias cuentan con mayor número de medios: Guayas con 124 y Pichincha con 97 medios. Le siguen Manabí con 63 medios y Loja con 56. Contraria a esta situación, existen menos medios registrados en Orellana con 13 y Galápagos, con 5 medios.

**Gráfico 4.- Medios de Comunicación Social por regiones**



**Fuente:** Sistema Registro Público de Medios

**Base:** 893 medios de comunicación

**Fecha de corte:** 31.12.2022



Para observar cuántos de estos medios son radio, televisión, impresos, AVS y portales informativos, en los gráficos 13, 14 y 15 se presenta la información organizada por regiones naturales de Ecuador: Costa, Sierra, Amazonía e Insular.

Tanto las provincias de Pichincha como Guayas cuentan con la mayor cantidad de medios de comunicación registrados; y elaboran contenidos comunicacionales con diferente tecnología o herramienta de difusión. Si bien la radio sigue siendo el medio predominante en ambas provincias, es importante también los medios impresos y portales informativos.

### **2.4. Tipo de medios**

Para entender las definiciones de los tipos de medios que existen en el país: público, privado y comunitario, vamos a detallar los conceptos que se estiman en la Ley Orgánica de Comunicación.

*En la Sección I*

*Medios de Comunicación Públicos*

*Art.78 Definición. - los medios públicos de comunicación social son personas jurídicas de derecho público.*

*Por su naturaleza, su misión es prestar servicios públicos relacionados con la información, la comunicación, la educación y la formación cultural.*

*Se crearán a través de decreto, ordenanza o resolución según corresponda a la naturaleza de la entidad pública que los crea.*



*Los medios públicos pueden constituirse también como empresas públicas al tenor de lo establecido en la Ley Orgánica de Empresas Públicas.*

*La estructura, composición y atribuciones de los órganos de dirección, de administración, de control social y participación de los medios públicos se establecerán en el instrumento jurídico de su creación.*

*Los medios públicos siempre contarán con un consejo editorial y un consejo consultivo ciudadano.*

*En la Sección II*

*Medios de Comunicación Privados*

*Art. 84.- Definición. Los medios de comunicación privados son personas naturales o jurídicas de derecho privado con o sin finalidad de lucro, cuyo objeto es la prestación de servicios comerciales de divulgación o intercambio de contenidos, de su propia creación o provistas por terceros, a través de diversas plataformas tecnológicas de comunicación.*

*Sección III*

*Medios de comunicación comunitarios*

*Art. 85.- Definición. Los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya dirección y administración corresponden a colectivos, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, movimientos sociales, y organizaciones de la sociedad civil.*

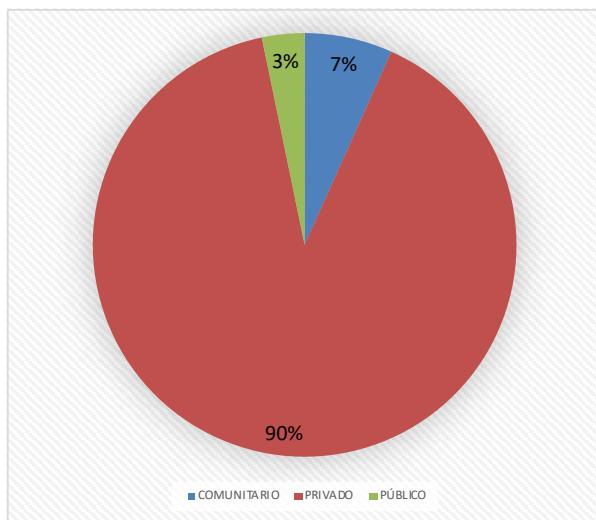


*Cuentan con un proyecto comunicacional que promueve la amplia participación y fortalecimiento de la comunidad a la que sirven y de la que son parte.*

*Estos medios se definen por su programación pluralista, inclusiva, intercultural, con enfoque de género, defensora de los Derechos Humanos y de la Naturaleza, orientada hacia la transformación social, el sistema de vida comunitario y el Buen Vivir.*

*Los medios de comunicación comunitarios tienen fines de rentabilidad social; sin perjuicio de que su financiamiento sea a través de la comercialización de productos, servicios y proyectos para cumplir con su objetivo social.*

**Gráfico 5.- Tipo de medios de comunicación en Ecuador**



**Fuente:** Sistema Registro Público de Medios  
**Base:** 893 medios de comunicación  
**Fecha de corte:** 31.12.2022



De los 893 medios de comunicación catastrados, 804 medios (90%), se definen como medios privado, 29 como públicos (3,3%) y 60 como comunitarios (6,7%), según consta en el gráfico No. 5.

### **3. Conclusiones**

El nuevo sistema del Registro Público de Medios ha brindado facilidades para la actualización de información de los medios de comunicación social, actualmente el sistema consta de datos fiables y validados de 893 medios.



Consejo de  
**Comunicación**